

WWD

MILAN PREVIEW

Fashion. Beauty. Business.

Carven's Choice

The legendary French fashion house has tapped Louise Trotter, formerly of Lacoste, as its new creative director.

Page 2

Miuccia and Raf

Miuccia Prada and Raf Simons discuss working together, views of fashion and more.

Page 10 to 12

London's Hits

Buyers praised London Fashion Week, including Burberry, Simone Rocha, Erdem and newcomers like Tove.

Page 24 to 26

Marras Blooms

Antonio Marras is dedicating his fall collection to Grazia Deledda, who received the Nobel Prize for Literature in 1926 and was born in Sardinia, like the designer. His show during Milan Fashion Week marks a new chapter for Marras and his brand, which aims to flourish under the new backing of Gruppo Calzedonia and its chairman Sandro Veronesi. *For more on Milan Fashion Week, see pages 4 to 20.*

PHOTOGRAPH BY DANIELE MANGO



FASHION

Miuccia Prada, Raf Simons on Reality, Being Inspiring and Intellectual Honesty

Designer Miuccia Prada and Raf Simons walk the runway at the Prada fashion show during Milan Fashion Week spring 2023.



● Ahead of Prada's fall show in Milan on Thursday, the designers open up about respect for their customers, fueling their curiosity, and their long-term thinking.

BY LUISA ZARGANI

MILAN – Sweeping changes have been made to Prada Group's management structure in view of a generational handover and ahead of a potential double listing in Milan. But there is one constant that co-creative directors Miuccia Prada and Raf Simons resolutely express – their mutual understanding, respect and fruitful relationship.

Give or take a few minor exceptions – Simons loves to listen to music during fittings while Prada would rather not – the intellectual connection between the two designers is undeniable. And it has contributed to bolstering the performance of the company, which in the first six months of 2022 reported a 22 percent uptick in revenues to 1.9 billion euros.

The Italian designer has relinquished her role as co-chief executive officer previously held with her husband Patrizio Bertelli – now to be named chairman of the group – welcoming Andrea Guerra to helm the company and Gianfranco D'Attis as CEO of the Prada label. Bertelli and Prada's son Lorenzo Bertelli is expected to lead the group in a few years' time and, in her thoughtful way, Prada expressed an increasing awareness of her responsibility toward the company and its employees. In

November, Simons shuttered his namesake line after 27 years, leading to speculation about a possible increased role at the Prada brand in the future. But the Belgian designer firmly denied his decision was linked to that prospect, voicing the closure resulted from more personal reasons.

Here, the designers underscore the importance of taking reality into account for the sake of their customers and respecting them, avoiding unnecessary spectacles. But they stressed that creativity remains central, as do curiosity, long-term thinking, being inspiring and intellectual honesty.

WWD: We thought this was a very interesting moment to talk to you both because of all the changes within the company, but also outside, in the fashion industry.

Miuccia Prada: While I was waiting for the interview, I was thinking, how do we situate ourselves? It's just a suggestion because I try to really understand the core of what we are doing in the company. Basically it's about confronting with the richness of lives of people, and richness of lives means variety, it means drama, happy things, beautiful things, bad things. This is what I think we actually do and of course it's not easy to do because to seriously confront the richness of lives considering the global world and so on is definitely not easy.

And I think it requires real culture, which is a very serious engagement. Because you don't improvise that, you don't understand problems with superficiality, you have really to dig deeply into this and study, read, whatever. And I think that Prada always wanted to be

engaged in culture, but not only to be engaged like looking at it, but we want to produce culture, which is also very different, to be proactive in the creation of something that makes sense. And of course, doing our job is difficult because we have to do it with the same seriousness, with the same dedication and with the same determination. To be determined, that is the word I was looking for and that is really the point.

WWD: This is very interesting and leads me to one of my questions, because I know that you have always been interested in on a commentary on society, of what was happening around you.

M.P.: No, this [collection] is not a commentary. We are part of it, it's different.

WWD: But now that you are working together, do you each feel about society in different ways? M.P.: We agree 100 percent on these views.

Raf Simons: Totally. I have to say, Miuccia, you put it in very good words, very clearly because we do feel the same and sometimes we are not always able to exactly put it in words. If we think about what we have been doing over several seasons, it's that we have really been bathing in reality. I think that is something that we both felt very strongly about from the moment we started working together – that the sense of reality is very important to us, being related to our society and in our lives right now and everything that is happening in the world. And to us, it seems like that is the right thing to do, to kind of

bring a reality in the context of fashion, you know, because fashion can be very much also many other things, like the spectacular or the fantasy, or the comments or the reaction or the anti. And obviously, we have a specific point of view both of us, and that matches also, in a big part, I guess, otherwise, we wouldn't even have ended up designing together. Reality toward the people actually is crucial to us right now.

WWD: Has this changed and intensified more recently because of how the world has changed, because of the war and the global tensions?

R.S.: Partly. I think for us it goes back to before the war clearly, because it's something we have done since we started. Miuccia, I am curious to know how you see it, but [for many years], we have been very specific and reactive, giving lots of comments or dealing with specific topics that could kind of be perceived as non-reality. We have also been working on narratives and so there was a disconnection between the fashion show itself and the reality of people's lives.

M.P.: I always said that I don't like the word "dream." Because if you have a dream I try to achieve it, but if it's something impossible, I prefer not to even think about that. But I agree with you, Raf, on what you were saying. It seems to be right for the moment. And this does not mean that we don't need to be creative. Actually, we have to be even more creative because we believe in our job as fashion designers.

R.S.: It's less easy. We both know that it's more difficult to work like this.

M.P.: Absolutely! ▶

MILAN FASHION WEEK PREVIEW

WWD

R.S.: It's easier to find the crazy narrative or to take whatever inspiration or to do the spectacular or the fantastic. It's easier to impress people with all of these things. It is more difficult to convince people or to make people believe in something that is bathed in reality. Still, it is our aim and I think that we are both also looking at it not only from a kind of an angle where we see ourselves as product designers. I don't know how to explain it very well but we are not thinking that we are Prada or Miuccia or Raf and create something crazy and everybody is going to scream "WOW." We are thinking "what is our job?" Our job is to make clothes that people are going to wear, at the service of people.

M.P.: Yes, but I don't want this to be misunderstood, because it's not that we do what people want, actually.

R.S.: That's what makes it difficult.

M.P.: Because we have to be so much in contact with the spirit of the time, that what we think is right, it makes sense to people. But we have to think about what makes sense to people in a clever way, in a creative way. So it's not a joke.

R.S.: It's exactly that point, what you say now, what for me makes it more difficult.

M.P.: Of course, it's more difficult.

R.S.: What is it that people want, and then to kind of find an angle or to find a twist to not make it a dull or flat and commercial, but to keep on making clothes that do inspire people. This is what I mean when I say it needs some

serious work and thinking.

M.P.: Also, I think that is very political. I think it's a very political choice. Because dedication to your job is what is crucial and what is missing so much in the world. Even in governments. No, it's better I don't approach this subject. It's our duty, it's correct, but not politically correct, it's right.

WWD: You believe that dedication and being serious about your job are key as fashion designers, but there have been some appointments recently of individuals who are not really designers and who are entering the world of fashion, and we have seen quite a few revolving doors.

M.P.: Oh no, I never comment on competitors. [Pauses] I will say that there is a lot of variety.

R.S.: I have a lot of other things that we could possibly talk about and one comment that I would like to give – and it's not related to any designer actually or any new appointment or people in place since a long time. What I am really, really questioning a lot is how many brands that I see performing in a way that I think like how can you make decisions that are so much based on short-term thinking? I'm struck from it sometimes. And this is not only or maybe far from only appointing creative directors and brands, this goes way beyond that.

And therefore, I think Miuccia and I, even if it's not something that we have actually

talked about regularly, I think we feel an enormous, enormous respect for our client, the people that buy the clothes, wear the clothes, love the clothes, and keep on always following the brand. It is something like, there was almost hardly anything that I find more exciting to concentrate on than that. And, besides that, to focus on the DNA of the brand. You have to always kind of come back to your products.

WWD: Well, in fact, I remember Mrs. Prada, you once said that this is not an abstract job?

R.S.: No, exactly.

WWD: Do you still feel this way?

M.P.: I don't think we are artists because we do a job for a company that has to sell the clothes. What I care very much about and also when I judge people is intellectual honesty. What I don't like sometimes in the current moment [is] that everybody pretends to be something they're not. And not only in fashion but in general.

R.S.: I completely agree.

WWD: Understood. Now, is there anything in particular that you would like to tell us about the collection for fall?

M.P.: We realized that what we were doing by chance is exactly the same subject of the exhibition now staged at Fondazione Prada. ["Recycling Beauty," about the reuse of Greek and Roman antiquities in art from the Middle Ages to the Baroque era.] The invitation is the catalogue of the exhibition because it connects with something that we are doing in the collection. So this is an example of how things on different levels match.

WWD: Because of that intellectual honesty, probably?

M.P.: Exactly.

WWD: In fact, what kind of exhibitions, movies, cultural events do you each go to? Do your interests outside fashion coincide and how do they converge and influence your fashion?

M.P.: We discuss them sometimes, but we are always too busy [laughing], but for sure we share things.

WWD: Is there something in particular that you have seen recently that impressed you?

R.S.: I think in general that everything is woven together in our daily conversations anyway, it's not that we talk only about the clothes or the fashion shows. It's automatic – what I also want to say is that we've known each other for a long time, but it's not like we would hang out a lot, we would see each other occasionally. For example, I remember we were coincidentally both together in Tokyo when you did the show, Miuccia. And then there was, of course, the history of Jil [Sander when Simons was named creative director under the Prada Group ownership in 2005]. We've always stayed a little bit in touch. But what is more important is that we always felt that there is that connection.

M.P.: Yes, exactly.

R.S.: You can see that very well. On each of us. Any designer's work that goes out is obviously connected to the persona. So in that sense, you can also learn who the persona is and there was always this connection.

M.P.: Exactly, I knew him perfectly and naturally.

R.S.: Me too.

M.P.: And I knew because I need to always look at people through their work. I like working with people, because it's the only way that you can really know people, is working with them. And working with him was the most natural thing possible. As if we were always working together.

WWD: Did you discover something of one another that you didn't really know?

M.P.: Nothing major.

WWD: Is there something that you can tell us that surprised you?

R.S.: [Pausing] I don't know. I mean, sometimes we completely disagree on an artist, for example. Obviously, I'm not going to give names. But like 99 percent or 95 percent, it's the opposite. It clicks together in such a natural way like Miuccia already said, that sometimes it's almost more surprising to me how much we do agree and how much we do kind of have in common. But then obviously we also have very specific individual tastes on certain things. I guess when something is not immediately popping up, indeed it's not something major.

M.P.: Not relevant.

WWD: Is there something in the past that maybe you think back and you regret not doing because one of you did not insist enough?

M.P.: No, I remember sometimes I gave up doing something because I was told Raf had already done it. It happened at least three or four times [laughing].

WWD: That means that you really do think alike.

M.P.: Very often.

WWD: How has the relationship evolved? We can maybe say that at first you were dating and now it's a marriage?

M.P.: For me, I don't know if it's because I'm becoming old or because the times are delicate, but I feel the responsibility of the company, which was something that for many, many years, I couldn't care less. I mean, it was me and my husband, we woke up in the morning, we did whatever we wanted. But now it's a big company. And it's inspiring. My son [Lorenzo] joined, we have great management additions, so I feel the responsibility of doing well, and now together with [Simons] to balance the intellectual honesty, the sophistication, and what is needed by the company. That is the crucial point, to keep the right equilibrium between freedom, creativity and sophistication. And still the company has to work.

R.S.: When you say in the beginning you were dating, and now it's a marriage, I kind of agree, but we have to take into account that there was the COVID-19 period, which was literally kicking off the day that I stepped into the company. So that was a little off and suddenly, I had to go back to Antwerp and couldn't start in the moment, but then, you know, like, you have conversations over the phone and over Zoom.

I would say that even if we were not physically together, we were very, very constantly together. And now, even when I am working with the team and Miuccia is not there, maybe with her team on Miu Miu for a few hours, to me it never really feels that Miuccia is just not there. That is not to say that I know how she thinks or how she would react. Because that could be surprising. But that is also what I find sublime about it. Obviously, I'm talking about the moments when we are not together because the majority of the moments we are together.

M.P.: I know what I have to ask him and what I know is fine for him.

WWD: You mentioned Miu Miu – do you know when something is Prada and when it's Miu Miu?

M.P.: Actually, all my life, I tried to confuse ideas [laughing], trying to do in Prada what in theory should be Miu Miu and vice versa. ▶



Prada, spring 2023

R.S.: But your work is also very instinctive. As theoretical and intellectual as people might see us, I think that instinct is another very, very important word that could be possibly defining us, I think, absolutely.

M.P.: Yes, absolutely.

R.S.: Another thing I wanted to say is that in the later stage, let's say more in the last year, we isolate ourselves more, we take the lunch together alone, just the two of us. Basically, we talk.

M.P.: And we ask ourselves what are we doing? Because we usually do everything by instinct. So that's why today we couldn't be able to tell you anything precise because we did not have that discussion yet. And the title of the show generally comes very late.

R.S.: Because we work instinctively, we ask ourselves does this really feel right? And then obviously, it's connected to certain things that we wanted to say and wanted to do. There was also this more abstract way of working than we both used to have a long time ago. OK, translated, it means like, we rarely start with a narrative, for example, you know, and we used to do that. Like, I would say I want to do a "Twin Peaks" collection, or Miuccia would say, I want to do a Frankenstein collection. That's not how we are working right now.

WWD: That's interesting, but why do you think this has changed?

M.P.: I think it doesn't sound right anymore. And also avoiding the storytelling, you concentrate more on the concept of what is meaningful.

R.S.: Me personally, I can't always say why something is right now like this. It's just the way we talk to each other. It's like, this is what really feels right for me and then Miuccia says this is what feels right for me and we feel strongly connected. And it doesn't mean that we are not open for differences in our approach of ideas. To me, it's a reinforcement. If I already feel it instinctively and Miuccia does as well, because she is not the kind of person who is going to kind of shake her head, bow and say yes, she's going to go against if she thinks differently.

M.P.: We find it kind of consoling to have such a mutual support. So if I am convinced of something and he is convinced of the same thing, I feel more sure, more safe.

R.S.: But to come back to your earlier question, because maybe you like a funny anecdote – I know how it works. What could be more surprising is that we also adapt to each other in terms of how we work because there were here and there some major differences. I have never, ever, ever, in my life been able to do a fitting without music. And Miuccia not at all with music.

M.P.: So now, he's very nice because he just puts it on when the girl walks. But after he switches it off.

WWD: What kind of music?

R.S.: All kinds, but usually it's music that is strongly connected to me and the collection, not necessarily a new record. Because my own history as a brand has been so much connected to music also, because that was my upbringing in a way. And for Miuccia, it was different but it's not a problem, because I'm totally at ease now doing fittings without music. But closer to the show, I find it very difficult without music. So then we do music, but it's like more silent for example.

M.P.: Instead of bum bum bum [mimicking and smiling].

R.S.: Something else that is very different is that at one point, of course, you have to decide which pieces are going to be made in which fabrics and in which colors before they go in production for the runway. That is something that Miuccia can do theoretically on a table with drawings and little pieces of

fabric. And I can do it but I'm usually not feeling completely at ease. So me, I like to have a girl or a boy in front of me. Take the fabric, put it on the boy. Preferably let the boy or the girl walk and then make decisions like OK, let's do red or let's do beige, or let's do wool, or let's do cashmere.

M.P.: Actually, I realized that what he's doing makes sense, because it's not that you see a lot, because sometimes the color is in really little pieces. But he gets it and I try to learn it, in that sense I follow you.

WWD: There's always something to learn, you are saying?

R.S.: Yes, but it's not better or not, it's just, you know, like your nature. I think it has been Miuccia's nature for a long time to work like that and then we find a way to kind of morph those two ways of working and it becomes almost a new nature, I think.

WWD: Earlier we were talking about the changes at the Prada company, and you have decided to shutter your own line, which has also led to a lot of speculation.

R.S.: It's not related at all to my position at Prada.

M.P.: What was the speculation?

R.S.: Many people are probably thinking that I stopped my brand to be fully on Prada, which is obviously completely untrue. Because I made the reasons for stopping very clear. They're very personal. And they relate more to my own life in the sense that, you know, like, I have been dealing with two brands at the same time for a very long time. Prior to entering Jil Sander, I was also doing two things at the same time – teaching at the University of Vienna and my brand. And I came to a point that I felt like now I don't want to do that anymore. It sounds a bit weird to say because it almost sounds like I didn't have a life, but it was very intense. And for many, many years. And I want to see my parents more and my love, and my friends and I want to travel more. Also, I started to notice that I kind of really didn't travel anymore. And I have already traveled a little more like, for example, in December, I went to Japan, like Christmas, New Year, we went to Japan. And it's something that was not even possible in the last 27 years.

WWD: You feel more free?

R.S.: And it also frees up my thinking. But the main, main reason is to be more with family.

WWD: We didn't talk about traveling as an inspiration. I don't know if that is something that is helping you both.

R.S.: For me, very much. Yes, I have to say and I didn't do it for a long time. And I mean, I was texting Miuccia also, while I was in Tokyo because I was there a few days and I think I almost forgot how much it does give me very important impulses, and also just to see these different realities of different geographies and how people are in different places. For me, yes.

WWD: I also wanted to ask you about the guests at the shows, as you were saying earlier, there's a lot of spectacle. You used to have some very close friends of the brand for many years, but now you've also opened up to other kinds of guests, such as the K-pop artists.

M.P.: This is part of the current world. So because you want to deal with reality, that is part of the reality, different reality and I am very curious about it.

WWD: You opened up to a diversified and larger group of people coming to your shows, but you are no longer holding the conversations you had during COVID-19. Is that something that you were thinking maybe of doing



Prada, men's fall 2023

again? What did you learn from that? Is it something that you could consider?

M.P.: Because of the COVID-19, we felt the necessity, because people couldn't talk with us after the show.

R.S.: That was a very important reason. And then I think also like, the shows are obviously not only showing the clothes, they are also a social moment, and out of that comes conversation. It's very important for Miuccia and I because basically, everything we do comes out of conversation. So one way or another we find the conversation with the audience also very important. That is complex, of course, because, as you said, the audience is enlarging and enlarging and enlarging. So the conversation partly becomes an abstraction, and the best you can probably do is to connect one way or another. Obviously, we can't really talk with all of them. It's not like having a dialogue like we have with you now, that would be impossible and we would probably not be able to work anymore and only do this. But it is an important part of reality.

M.P.: Actually, that is for me one of the most difficult things, you want to know everybody, you want to know everything, those cultures reunited in a global world, and how can you do it? I desperately read, ask to try to know what's happening, because I think it's very important. That's

why I think if somebody closes up, it's not a critique, but the famous global local, the global is so complicated, so difficult, so beyond the possibility of really getting it that maybe at some point you prefer to close up. Even artists, directors, it's more probable that they do movies on a specific subject near to them, because the knowledge of the whole is difficult, even for philosophers, difficult for politicians and so on. But that is what I would love to do, desperately know everything. In that sense, the pop culture, because if something is interesting for people, it means that there is a sense to it. Good or bad? I don't know. But for sure, I don't want to reject any aspect of the current moment.

WWD: Last question, and then I will let you go. You are having a party after the show, is there a specific reason? It's the first time in a long time, I think?

R.S.: Yeah.

M.P.: It's Raf's suggestion [smiling].

R.S.: Yes, I think that directly relates to what we were just talking about. Anyway, I think that it's an extension of a possible connection and conversation and to bring people together around and in the brand. So obviously, a party is also a celebration and a release, you know, so I think internally as well as externally. I like a good party [smiling]. ■

WWD, 22.02.2023

Miuccia Prada e Raf Simons parlano della realtà, di come essere fonte di ispirazione e di onestà intellettuale

Prima della sfilata Prada per l'autunno che si terrà giovedì a Milano, gli stilisti si confidano riguardo al rispetto per i loro clienti, a come alimentano la loro curiosità, e al loro pensiero a lungo termine.

Di LUISA ZARGANI

MILANO — La struttura manageriale del Gruppo Prada ha subito cambiamenti radicali in vista di un passaggio generazionale e di una potenziale seconda quotazione in Borsa a Milano. Ma c'è una costante che i co-direttori creativi Miuccia Prada e Raf Simons esprimono con risolutezza — la comprensione e il rispetto reciproco e un rapporto fruttuoso. Salvo qualche piccola eccezione — Simons adora ascoltare musica durante i fitting mentre Prada preferisce di no — l'intesa intellettuale tra i due stilisti è innegabile. E ha contribuito a rafforzare i risultati dell'azienda, che nei primi sei mesi del 2022 ha registrato un incremento del 22 per cento dei ricavi, saliti a 1,9 miliardi di euro. La stilista italiana ha rinunciato al ruolo di co-amministratore delegato che ricopriva con il marito Patrizio Bertelli — che sarà nominato presidente del gruppo — accogliendo Andrea Guerra al timone dell'azienda e Gianfranco D'Attis in veste di AD del marchio Prada. Si prevede che il figlio di Bertelli e Prada, Lorenzo Bertelli, diriga il gruppo tra qualche anno e, con la consueta tendenza alla riflessione, Prada esprime una crescente consapevolezza della sua responsabilità verso l'azienda e i dipendenti. A novembre, Simons ha chiuso dopo 27 anni la linea che portava il suo nome, sollevando congetture sulla possibilità di un ruolo più ampio in futuro per il marchio Prada. Ma lo stilista belga ha negato fermamente che la sua decisione sia collegata a tale prospettiva, spiegando che la chiusura è dovuta a motivi più personali. Qui, gli stilisti sottolineano l'importanza di tenere conto della realtà per il bene dei clienti e di rispettarli, evitando spettacoli inutili. Ma ribadiscono che la creatività rimane centrale, così come la curiosità, il pensiero a lungo termine, essere fonte di ispirazione e l'onestà intellettuale.

WWD: Abbiamo pensato che fosse un momento molto interessante per parlare con entrambi per via di tutti i cambiamenti all'interno dell'azienda, ma anche all'esterno, nel settore della moda.

Miuccia Prada: Mentre aspettavo per l'intervista, pensavo, come ci collochiamo? È solo un suggerimento perché cerco veramente di capire l'essenza di quello che stiamo facendo in azienda. Fondamentalmente si tratta di confrontarsi con la ricchezza della vita delle persone, e la ricchezza della vita significa varietà, significa drammi, momenti felici, cose belle, cose brutte. Penso che sia quello che facciamo davvero ed è ovvio che non è facile perché confrontarsi seriamente con la ricchezza della vita considerando il mondo globale e tutto il resto di certo non è facile. E credo che ci voglia un'autentica cultura, che è un impegno serissimo. Perché questo non si improvvisa, non si capiscono i problemi con la superficialità, bisogna scavare veramente in profondità e studiare, leggere, e molto altro. E penso che Prada abbia sempre voluto essere impegnata nella cultura, ma non soltanto nel senso di osservarla, vogliamo produrre cultura, che è una cosa molto diversa, essere proattivi nella creazione di qualcosa che abbia un senso. E naturalmente, fare il nostro lavoro è difficile perché dobbiamo farlo con la stessa serietà, con lo stesso impegno e con la stessa determinazione. Essere determinati, è questa la parola che stavo cercando ed è proprio questo il punto.

WWD: È molto interessante e mi porta a una delle mie domande, perché so che le è sempre interessato commentare la società, quello che accadeva intorno a lei.

M.P.: No, questa [collezione] non è un commento. Ne facciamo parte, è diverso.

WWD: Ma ora che lavorate insieme, avete punti di vista diversi riguardo alla società?

M.P.: Siamo d'accordo al 100 percento.

Raf Simons: Totalmente. Devo dire, Miuccia, che l'hai espresso molto bene con le parole, molto chiaramente perché a volte abbiamo gli stessi punti di vista e a volte non siamo sempre capaci di esprimerli esattamente con le parole. Pensando a quello che abbiamo fatto per varie stagioni, ci siamo immersi nella realtà. Penso che sia qualcosa che sentivamo entrambi molto forte fin dal momento in cui abbiamo iniziato a lavorare insieme — che quel senso di realtà è importantissimo per noi, rapportarsi con la nostra società e con le nostre vite in questo preciso momento e con tutto quello sta accadendo nel mondo. E per noi, sembra che sia la cosa giusta da fare, portare in un certo senso una realtà nel contesto della moda, sa com'è, perché la moda può essere benissimo molte altre cose, come lo spettacolo o la fantasia, o i commenti, la reazione o andare controcorrente. E ovviamente, abbiamo entrambi un punto di vista specifico, che in gran parte coincide, suppongo, altrimenti non avremmo finito per creare insieme. Per noi, in questo momento, la realtà verso le persone è veramente fondamentale.

WWD: È una cosa che è cambiata e si è intensificata di recente a causa di come è cambiato il mondo, a causa della guerra e delle tensioni internazionali?

R.S.: In parte. Credo che per noi risalga chiaramente a prima della guerra, perché è qualcosa che abbiamo fatto fin dall'inizio. Miuccia, sono curioso di sapere come la vedi tu, ma [per molti anni], siamo stati molto specifici e reattivi, abbiamo proposto molti commenti o ci siamo occupati di argomenti specifici che potrebbero essere percepiti in qualche modo come una non realtà. Abbiamo anche lavorato a narrative e quindi c'era uno scollamento tra la sfilata di moda e la realtà della vita delle persone.

M.P.: Ho sempre detto che non mi piace la parola “sogno”. Perché se ho un sogno io cerco di realizzarlo, ma se è qualcosa di impossibile, preferisco non pensarci nemmeno. Ma sono d'accordo con te, Raf, su quello che dicevi. Sembra la cosa giusta per il momento. E questo non significa che non dobbiamo essere creativi. In realtà, dobbiamo esserlo ancora di più perché crediamo nel nostro lavoro di stilisti di moda.

R.S.: È meno facile. Sappiamo entrambi che è più difficile lavorare così.

M.P.: Assolutamente!

R.S.: È più facile trovare la narrativa folle o prendere qualsiasi ispirazione o fare qualcosa di spettacolare o di fantastico. È più facile impressionare la gente con tutte queste cose. È più difficile convincere le persone o indurle a credere in qualcosa che è intriso di realtà. Tuttavia, è il nostro scopo e penso che tutti e due lo vediamo non soltanto da un'angolazione in cui ci consideriamo designer di prodotti. Non so come spiegarlo bene ma non pensiamo di essere Prada o Miuccia o Raf e di creare qualcosa di folle e che tutti grideranno “WOW.” Pensiamo “Qual è il nostro compito?” Il nostro compito è fare vestiti che le persone indosseranno, essere al servizio delle persone.

M.P.: Sì, ma non voglio che venga frainteso, perché non è che facciamo quello che vuole la gente, in realtà.

R.S.: È per questo che è difficile.

M.P.: Perché dobbiamo essere molto in contatto con lo spirito dei tempi, verificare che quello che pensiamo sia giusto, abbia senso per la gente. Ma dobbiamo pensare a cosa ha senso per le persone in modo intelligente, in modo creativo. Per cui non è uno scherzo.

R.S.: È proprio questo il punto, quello che dici adesso, quello che per me lo rende più difficile.

M.P.: Certo che è più difficile.

R.S.: Che cos'è che vuole la gente, e poi trovare una certa angolazione o uno stravolgimento per evitare che sia noioso o piatto e commerciale, ma continuare a fare vestiti che ispirano le persone. È questo che intendo quando dico che occorre lavorare e pensare seriamente.

M.P.: Penso anche che sia molto politico. Penso che sia una scelta molto politica. Perché l'impegno per il proprio lavoro è la cosa fondamentale ed è quello che manca così tanto nel mondo. Anche nei governi. No, è meglio che non affronti l'argomento. È il nostro dovere, è corretto, ma non politicamente corretto, è giusto.

WWD: Credete che l'impegno e la serietà nel proprio lavoro siano fondamentali come stilisti di moda, ma che di recente ci siano state nomine di persone che non sono veramente stilisti e che stanno entrando nel mondo della moda, e che abbiamo assistito a parecchio turnover.

M.P.: Oh no, non commento mai sui concorrenti. [Pausa] Dirò solo che c'è molta varietà.

R.S.: Ci sono molte altre cose di cui potremmo parlare e un commento che vorrei fare — e non è collegato a uno stilista in particolare o a una nuova nomina o a persone in carica da molto tempo. La cosa su cui mi interrogo veramente molto è come facciano tantissimi marchi a prosperare, prendendo decisioni che sono in gran parte basate sul pensiero a breve termine? A volte mi colpisce. E non si tratta soltanto di nominare direttori creativi e di marchi, anzi forse è ben lungi, è qualcosa che va molto oltre. E quindi, penso che io e Miuccia, anche se non è qualcosa di cui abbiamo davvero parlato regolarmente, credo che sentiamo un'enorme rispetto per il nostro cliente, per le persone che comprano i vestiti, indossano i vestiti, amano i vestiti e continuano a seguire il marchio. Per certi versi, non c'è quasi niente su cui trovi più entusiasmante concentrarmi. E anche focalizzarmi sul DNA del marchio. Devi sempre un po' tornare ai tuoi prodotti.

WWD: Beh, in effetti, ricordo che la signora Prada una volta ha detto che questo non è un lavoro astratto?

R.S.: No, esatto.

WWD: Lo pensa ancora?

M.P.: Non credo che siamo artisti perché facciamo un lavoro per un'azienda che deve vendere vestiti. Quello a cui tengo moltissimo, anche quando valuto le persone, è l'onestà intellettuale. Quello che non mi piace, a volte, del momento attuale [è] che tutti fanno finta di essere qualcosa che non sono. E non soltanto nella moda ma in generale.

R.S.: Sono assolutamente d'accordo.

WWD: Capito. Ora, c'è qualcosa in particolare che vorreste raccontarci riguardo alla collezione per l'autunno?

M.P.: Ci siamo resi conto che quello che stavamo facendo è, per caso, lo stesso tema della mostra allestita attualmente alla Fondazione Prada. [“Recycling Beauty”, sul riutilizzo di antichità greche e romane nell'arte dal Medioevo al periodo barocco.] L'invito è il catalogo della mostra perché si collega con qualcosa che facciamo nella collezione. Quindi questo è un esempio di come cose a livelli diversi coincidano.

WWD: Per via di quell'onestà intellettuale, probabilmente?

M.P.: Esatto.

WWD: In effetti, che genere di mostre, film, eventi culturali segue ognuno di voi? I vostri interessi al di fuori della moda coincidono e come convergono e influenzano la vostra moda?

M.P.: A volte ne parliamo, ma siamo sempre troppo indaffarati [ride], ma di sicuro abbiamo delle passioni comuni.

WWD: C'è qualcosa in particolare che avete visto di recente che vi ha colpito?

R.S.: Penso in generale che tutto si intrecci comunque nelle nostre conversazioni quotidiane, non è che parliamo soltanto dei vestiti o delle sfilate. È automatico — quello che voglio anche dire è che ci conosciamo da molto tempo, ma non è che ci siamo frequentati molto, ci siamo visti occasionalmente. Per esempio, ricordo che per coincidenza eravamo insieme a Tokyo quando hai fatto la sfilata, Miuccia. E poi, naturalmente, c'è stata la storia di Jil [Sander, nel 2005, quando Simons fu nominato direttore creativo sotto la proprietà del Gruppo Prada]. Siamo sempre rimasti un po' in contatto. Ma quello che è più importante è che abbiamo sempre sentito che c'è quel legame.

M.P.: Sì, esatto.

R.S.: Si vede benissimo. Per ognuno di noi. Il lavoro di qualsiasi stilista che viene diffuso è ovviamente collegato al personaggio. Per cui, in quel senso, puoi anche capire chi è il personaggio e c'è sempre stato questo legame.

M.P.: Esatto, io lo conoscevo perfettamente e naturalmente.

R.S.: Anch'io.

M.P.: E lo conoscevo perché devo sempre guardare le persone attraverso il loro lavoro. Mi piace lavorare con le persone, perché è l'unico modo in cui le puoi conoscere veramente, lavorandoci insieme. E lavorare con lui è stata la cosa più naturale che ci possa essere. Come se avessimo sempre lavorato insieme.

WWD: Avete scoperto qualcosa l'una dell'altro che non conoscevate veramente?

M.P.: Niente di importante.

WWD: C'è qualcosa che potete raccontarci che vi ha stupito?

R.S.: [Pausa] Non so. Voglio dire, a volte siamo del tutto in disaccordo su un artista, per esempio. Ovviamente, non farò nomi. Ma in genere per il 99 percento o il 95 percento, è il contrario. Combacia tutto in un modo così naturale, come ha già detto Miuccia, che a volte mi stupisce quasi di più vedere su quante cose siamo d'accordo e quanto abbiamo in comune. Ma poi ovviamente abbiamo anche un gusto individuale molto specifico su certe cose. Suppongo che quando non facciamo subito click su qualcosa, è sicuro non è una cosa fondamentale.

M.P.: Non è rilevante.

WWD: C'è qualcosa del passato a cui magari ripensate e che rimpiangete di non aver fatto perché uno dei due non ha insistito abbastanza?

M.P.: No, ricordo che a volte ho rinunciato a fare qualcosa perché mi hanno detto che l'aveva già fatto Raf. È successo almeno tre o quattro volte [ride].

WWD: Significa che pensate veramente nello stesso modo.

M.P.: Molto spesso.

WWD: Come si è evoluto il rapporto? Possiamo forse dire che inizialmente uscivate insieme e adesso è un matrimonio?

M.P.: Per me, non so se è perché sto diventando vecchia o perché i tempi sono delicati, ma sento la responsabilità dell'azienda, di cui per molti e molti anni non poteva importarmene di meno. Voglio dire, eravamo io e mio marito, ci svegliavamo al mattino, facevamo tutto quello che volevamo. Ma adesso è una grande azienda. E mi ispira. Mio figlio [Lorenzo] si è unito a noi, abbiamo assunto ottimi manager, per cui sento la responsabilità di fare bene, e adesso insieme a [Simons] di bilanciare onestà intellettuale, sofisticatezza e quello che serve all'azienda. È questo il punto cruciale, trovare il giusto equilibrio tra libertà, creatività e sofisticatezza. E in ogni caso l'azienda deve lavorare.

R.S.: Quando dice che all'inizio uscivamo insieme, e adesso è un matrimonio, in un certo senso sono d'accordo, ma dobbiamo tenere conto che c'è stato il periodo del COVID-19, che è letteralmente iniziato nel giorno in cui sono entrato in azienda. Quindi è stato un po' strano e, d'improvviso, ho dovuto tornare ad Anversa e non ho potuto cominciare subito, ma poi, sa com'è, ci sono state conversazioni al telefono e su Zoom. Direi che anche se non eravamo fisicamente insieme, eravamo costantemente insieme. E adesso, anche quando lavoro con il team e Miuccia non c'è, magari è con il suo team a lavorare su Miu Miu per qualche ora, a me non sembra mai che non ci sia. Non voglio dire che so come pensa o come reagirebbe. Perché potrebbe stupirmi. Ma è anche quello che trovo sublime. Ovviamente, parlo dei momenti in cui non lavoriamo insieme perché per la maggior parte del tempo siamo insieme.

M.P.: So che cosa gli devo chiedere e quello che so che per lui va bene.

WWD: Ha citato Miu Miu — sa quando qualcosa è Prada e quando è Miu Miu?

M.P.: In realtà, è tutta la vita che cerco di confondere le idee [ride], cercando di fare in Prada quello che in teoria dovrebbe essere Miu Miu e viceversa.

R.S.: Ma il tuo lavoro è anche molto istintivo. Per quanto teorici e intellettuali ci possano considerare, penso che istinto sia un'altra parola molto ma molto importante che potrebbe forse definirci, penso, assolutamente.

M.P.: Sì, assolutamente.

R.S.: Un'altra cosa che volevo dire è che nella fase successiva, diciamo più nell'ultimo anno, ci isoliamo di più, pranziamo insieme da soli, solo noi due. Fondamentalmente, parliamo.

M.P.: E ci chiediamo che cosa stiamo facendo. Perché di solito facciamo tutto d'istinto. Quindi è per questo che non potremmo dirle niente di preciso perché non ne abbiamo ancora parlato. E il titolo della sfilata generalmente arriva molto tardi.

R.S.: Dal momento che lavoriamo istintivamente, ci domandiamo se sembri davvero giusto. E poi ovviamente, è collegato a determinate cose che volevamo dire e volevamo fare. C'è anche questo modo più astratto di lavorare rispetto a quanto facessimo entrambi molto tempo fa. OK, tradotto, significa che raramente partiamo da una narrativa, sa com'è, cosa che facevamo in passato. Tipo, io dicevo: voglio fare una collezione "Twin Peaks", o Miuccia diceva, voglio fare una collezione su Frankenstein. Non è così che lavoriamo in questo momento.

WWD: È interessante, ma perché pensate che sia cambiato?

M.P.: Penso che non sembri più giusto. E poi evitando la narrativa, ti concentri di più sul concetto di cosa è significativo.

R.S.: Io, personalmente, non riesco sempre a dire perché qualcosa in questo momento è così. È semplicemente il modo in cui parliamo l'uno con l'altra. Un po' come: questo è quello che mi sembra proprio giusto e poi Miuccia dice: questo è quello che sembra giusto per me e sentiamo un'intesa forte. E non vuol dire che non siamo aperti alle differenze nel nostro approccio alle idee. Per me, è una conferma. Se lo sento già istintivamente e lo sente anche Miuccia, perché non è il genere di persona che scuote la testa, si inchina e dice di sì, si oppone se la pensa diversamente.

M.P.: Troviamo in un certo senso consolante avere questo genere di sostegno reciproco. Così se io sono convinta di qualcosa e lui è convinto della stessa cosa, mi sento più sicura, più tranquilla.

R.S.: Ma per tornare alla sua domanda di prima, perché magari apprezza un aneddoto divertente — so come funziona. Quello che potrebbe essere più sorprendente è che ci adattiamo anche l'uno all'altra in

termini di come lavoriamo perché ci sono state qua e là grandi divergenze. In vita mia non sono mai e poi mai riuscito a fare un fitting senza musica. E Miuccia mai con la musica.

M.P.: Allora adesso, lui è molto gentile perché la accende soltanto quando la ragazza sfila. Ma poi la spegne.

WWD: Che genere di musica?

R.S.: Di tutti i generi, ma di solito è musica che è fortemente legata a me e alla collezione, non necessariamente un nuovo album. Perché la storia del mio marchio personale è stata anche molto legata alla musica, perché in un certo senso è così che sono cresciuto. E per Miuccia, è stato diverso ma non è un problema, perché adesso non ho alcun problema a fare i fitting senza musica. Ma con l'avvicinarsi della sfilata, lo trovo difficilissimo senza. Così allora mettiamo la musica, ma per esempio più basso.

M.P.: Invece che bum bum bum [fa il gesto e ride].

R.S.: Un'altra cosa che è diversissima è che a un certo punto, naturalmente, devi decidere quali capi fare in quali tessuti e quali colori prima che vadano in produzione per la passerella. È una cosa che Miuccia riesce teoricamente a fare su un tavolo con disegni e piccoli scampoli di tessuto. E io ci posso riuscire ma di solito non sono completamente a mio agio. Per cui a me piace avere davanti una ragazza o un ragazzo. Prendi quel tessuto, lo metti addosso al ragazzo. Di preferenza fai camminare il ragazzo o la ragazza e poi prendi decisioni come OK, facciamo il rosso o il beige, o facciamolo in lana, o in cashmere.

M.P.: In realtà, mi sono resa conto che quello che fa ha un senso, perché non è che si veda molto, perché a volte il colore è in pezzi veramente piccoli. Ma lui lo capisce e io cerco di imparare, in quel senso ti seguo.

WWD: C'è sempre qualcosa da imparare, è questo che state dicendo?

R.S.: Sì, ma non è meglio o peggio, è solo, come dire, la tua natura. Penso che per molto tempo sia stata la natura di Miuccia lavorare così e poi troviamo un modo per fondere in un certo senso quei due modi di lavorare e diventa quasi una nuova natura, penso.

WWD: Prima parlavamo dei cambiamenti in azienda, e del fatto che lei ha deciso di chiudere la sua linea, cosa che ha scatenato molte congetture.

R.S.: Non è collegato in alcun modo alla mia posizione in Prada.

M.P.: Quali congetture?

R.S.: Molti pensano probabilmente che abbia interrotto il mio marchio per dedicarmi completamente a Prada, che ovviamente è del tutto falso. Perché ho chiarito bene i motivi della chiusura. Sono molto personali. E hanno più a che fare con la mia vita personale nel senso che, sa com'è, mi sono occupato di due marchi contemporaneamente per moltissimo tempo. Anche prima di entrare in Jil Sander, facevo due cose contemporaneamente — insegnavo all'Università di Vienna e gestivo il mio marchio. E sono arrivato a un punto in cui ho sentito che adesso non volevo più. Sembra un po' strano da dire perché sembra quasi che non avessi una vita, ma è stato molto intenso. E per molti, moltissimi anni. E voglio vedere di più i miei genitori e il mio amore, e gli amici e voglio viaggiare di più. Inoltre, ho iniziato a notare che in un certo senso non viaggiavo più. E ho già viaggiato un po' di più, per esempio, a dicembre, sono andato in Giappone, per Natale, Capodanno, siamo andati in Giappone. Ed è una cosa che non era neanche lontanamente immaginabile negli ultimi 27 anni.

WWD: Si sente più libero?

R.S.: E mi libera anche il pensiero. Ma il motivo principale è stare di più con la famiglia.

WWD: Non abbiamo parlato dei viaggi come ispirazione. Non so se è qualcosa che aiuta tutti e due.

R.S.: Per me, moltissimo. Sì, devo dire, e non l'ho fatto per molto tempo. E voglio dire, ho anche mandato un messaggio a Miuccia, mentre ero a Tokyo perché ci sono stato per qualche giorno e avevo quasi dimenticato che mi dà impulsi molto importanti, e anche solo vedere queste realtà diverse di regioni geografiche diverse e come sono le persone nei diversi luoghi. Per me, sì.

WWD: Volevo anche chiedervi degli ospiti alle sfilate, come dicevate prima, c'è molto spettacolo. Per molti anni avete invitato amici intimi del marchio, ma adesso vi siete anche aperti a ospiti di altro genere, come gli artisti di K-pop.

M.P.: Fa parte del mondo attuale. Quindi, dato che vogliamo occuparci della realtà, è parte della realtà, una diversa realtà, di cui sono molto curiosa.

WWD: Avete aperto le vostre sfilate a un gruppo di persone diversificato e più ampio, ma non organizzate più le conversazioni che avete fatto durante il COVID-19. È una cosa che pensate forse di rifare? Che insegnamenti ne avete tratto? È una cosa che potreste prendere in considerazione?

M.P.: A causa del COVID-19, abbiamo sentito la necessità, perché le persone non potevano parlare con noi dopo le sfilate.

R.S.: Quello era un motivo molto importante. E poi penso anche che le sfilate ovviamente non siano solo fatte per presentare i vestiti, sono anche un momento sociale, e da questo nasce una conversazione. È importantissimo per me e per Miuccia perché fondamentalmente, tutto quello che facciamo nasce da una conversazione. Per cui in un modo o nell'altro troviamo molto importante anche la conversazione con il pubblico. È complesso, chiaramente, perché, come ha detto lei, il pubblico diventa sempre più ampio. Quindi la conversazione diventa in parte un'astrazione, e il meglio che puoi fare probabilmente è relazionarsi in un modo o nell'altro. Ovviamente, non possiamo veramente parlare con tutti. Non è come avere un dialogo come quello che abbiamo con lei adesso, sarebbe impossibile e probabilmente non riusciremmo più a lavorare e faremmo solo questo. Ma è una parte importante della realtà.

M.P.: Veramente, per me è una delle cose più difficili, vuoi conoscere tutti, vuoi conoscere tutto, quelle culture riunite in un mondo globale, e come si fa? Io leggo disperatamente, chiedo per cercare di sapere che cosa sta succedendo, perché credo che sia importantissimo. È per questo che penso che se qualcuno si chiude, non è una critica, ma il famoso globale locale, il globale è così complicato, così difficile, così oltre la possibilità di capirlo veramente che forse a un certo punto preferisci chiuderti. Persino gli artisti, i registi, è più probabile che facciano film su un tema specifico vicino a loro, perché la conoscenza del tutto è difficile, anche per i filosofi, difficile per i politici e così via. Ma è quello che mi piacerebbe tantissimo fare, vorrei disperatamente sapere tutto. In quel senso, la cultura pop, perché se una cosa è interessante per la gente, significa che ha un senso. Buono o cattivo? Non lo so. Ma di certo, non voglio respingere alcun aspetto del momento attuale.

WWD: Ultima domanda e poi vi lascio andare. Organizzate un party dopo la sfilata, c'è un motivo specifico? È la prima volta dopo tanto tempo, giusto?

R.S.: Sì.

M.P.: È un suggerimento di Raf [sorride]

R.S.: Sì, penso che sia direttamente collegato con quello di cui stavamo appunto parlando. Comunque, penso che sia un prolungamento di un possibile legame e di una possibile conversazione per riunire le persone nel marchio e intorno al marchio. Quindi ovviamente, una festa è anche una celebrazione e un modo per scaricarsi, sa com'è, quindi penso all'interno oltre che all'esterno. Mi piacciono le belle feste [sorride].

[didascalia]

La stilista Miuccia Prada e Raf Simons in passerella alla sfilata Prada durante la Fashion Week di Milano per la primavera 2023. 22 febbraio 2023 Fotografia di Aitor Rosás Suñé